

# **Delårsrapport mars 2020**

## **Bolag**

---

Göteborg & Co AB  
2020

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Sammanfattning .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Väsentlig styrinformation till kommunledningen.....</b>	<b>4</b>
2.1	Verksamhetens utveckling .....	4
2.1.1	Mått/nyckeltal som beskriver verksamhetens utveckling.....	4
2.1.2	Väsentliga avvikelser i verksamhetens utveckling .....	5
2.2	Kommunfullmäktiges budgetmål .....	6
2.2.1	Organisationsmål .....	6
2.2.2	Styrelsespecifika mål från KF .....	7
2.2.3	Styrelsespecifika mål från KFFel! Bokmärket är inte definierat.	
<b>3</b>	<b>Övrig uppföljning till kommunledningen.....</b>	<b>8</b>
3.1	Utveckling inom personalområdet.....	8
3.1.1	Mått/nyckeltal som beskriver utvecklingen ur ett HR- perspektiv.....	8
3.1.2	Analys av situationen inom HR-området.....	8
3.2	Ekonomisk uppföljning.....	9
3.2.1	Utfall till och med perioden .....	9
3.2.2	Prognos.....	9
3.2.3	Investeringsredovisning..... Fel! Bokmärket är inte definierat.	
3.3	Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag .....	10
3.3.1	Övriga beslut och/eller uppdrag.....	10
<b>4</b>	<b>Uppföljning till Göteborgs Stadshus AB .....</b>	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>Styrinformation till styrelsen.....</b>	<b>13</b>

# 1 Sammanfattning

Som en direkt konsekvens av smittspridningen av covid-19 och de restriktioner som regeringen tvingats införa för att minska denna, har besöksnäringen både lokalt, nationellt och internationellt, drabbats mycket hårt. I ett försök att stävja utvecklingen presenterade regeringen 1 april ett nytt stödpaket med tillfälliga hyresreduceringar till utsatta branscher som hotell, restaurang, café och sällanköpsvaruhandel.

Det kan konstateras att besöksnäringen under den senaste tiden har sett utmaningar utan motstycke i modern historia. I dagsläget är det svårt, om inte omöjligt, att bedöma när händelseutvecklingen avtar, men med största sannolikhet kommer krisen starkt påverka Göteborg & Co:s möjlighet att uppfylla sina uppdrag om att få antalet gästnätter i destinationen att öka samt att få fler att upptäcka och välja Göteborg, detta både på kort och lång sikt. Det kan även konstateras att krisen slår hårt mot näringslivet i besöksnäringen vilket i sin tur innebär påverkan på sysselsättning och omsättning, vilka är centrala mått för bolagets verksamhet.

Göteborg & Co ställer om arbetssätt och metoder för att på bästa möjliga sätt fortsätta att stötta samarbetspartners, driva destinationsutveckling och marknadsföring samt agera samverkansplattform för besöksnäringen. Bolagets ledning har infört en ny mötesstruktur med tätare uppföljning. Samtidigt som Göteborg & Co hanterar en bransch i stort behov av stöd fortgår bolagets arbete enligt verksamhetsplaner, affärsplan och bolagets budget samt kommunfullmäktiges budget och de uppdrag som lämnats i denna.

Bolaget arbetar vidare med implementeringen av stadens program för besöksnäringens utveckling fram till 2030, i enlighet med kommunfullmäktiges budget. I början av året tillsattes en resurs för att på heltid projektleda framdriften av programmet.

Framtagandet av en evenemangsstrategi för staden har fortlöpt enligt plan under våren och under januari anordnades ett antal inledande möten rörande bl.a. arbetsformer, möjliga intressenter och omvärldsbevakning. Kontakt har tagits med Got Event för att utse en lämplig representant från bolaget i det kommande arbetet. En återrapportering rörande arbetsgångens status samt tidplan framöver kommunicerades till styrelsen för Göteborg & Co.

Arbetet med jubileumsprocessen samt förberedelser inför jubileumsårets genomförande, inom beslutad uppbyggnads- och genomförandebudget på 100 mkr (KF 181220), följer den fastslagna planen. Jubileumsorganisationen upplever, vilket bekräftats av samarbetspartners och intressenter, att det är viktigare än någonsin att se fram emot jubileet för att ta oss igenom krisen, inge hopp och framtidstro och kunna fira tillsammans.

I övrigt fortgår arbetet med att arbeta fram nya ägardirektiv till dotterbolagen, vilket genomförs i dialog med respektive bolags ledning och styrelse. Inspel och tankar kring nya ägardirektiv togs upp som fördjupad frågeställning i samband med årets ägardialoger, vilka har genomförts med samtliga dotterbolag, med goda resultat.

## 2 Väsentlig styrinformation till kommunledningen

### 2.1 Verksamhetens utveckling

#### 2.1.1 Mått/nyckeltal som beskriver verksamhetens utveckling

##### Effektmått och övriga mått/nyckeltal

Mått/nyckeltal	Utfall 2018	Utfall 2019	Utfall perioden 2020	Prognos helår 2020
Värvade möten	35	29	7	48
Delegatdygn	94 505	99 050	37 600	120 000
Värvade kultur- och idrottsevenemang	10	7	0	12
Identifiera två lokala evenemang och koncept i Göteborgs stadsdelar per år, som har potential att växa	2	2	0	2
Nyttja befintliga årliga evenemang för att öka destinationens synlighet	3	3	-	5
Antal besökare på goteborg.com	2 692 381	3 100 000	-	3 200 000
Besökarnöjdhet goteborg.com (mycket bra %)	65%	67%	-	67%

Ovanstående mått/nyckeltal utgår från Göteborg & Co:s affärsområden Möten, Evenemang samt Marknad & kommunikation. Bortsett från nyckeltal som redovisas separat under kap 2.2.2 är bedömningen att ovanstående verksamheters nyckeltal på bästa sätt beskriver framdriften kopplad till kärnverksamheten.

## 2.1.2 Väsentliga avvikelser i verksamhetens utveckling

<b>Konsekvenser med koppling till Covid-19</b>
<b><i>Orsak till att avvikelserna uppstått</i></b>
Samtliga affärsområden: Restriktioner som införts som ett resultat av covid-19virusets smittspridning. Till en början infördes en restriktion om att anordna allmänna sammankomster och offentliga tillställningar med fler än 500 deltagare, varpå en restriktion om 50 deltagare följde. Även nationella och internationella reserestriktioner har införts. Dessa insatser innebär att besökare inte har möjlighet att resa till destinationen, arrangörer och rättighetsägare tvingas avvakta, ställa in eller flytta planerade evenemang samt möten och kongresser. Även evenemang som Göteborg & Co genomför i egen regi påverkas på samma sätt.
<b><i>Konsekvenser för de verksamheten är till för</i></b>
Konsekvenserna för besöksnäringens aktörer i destinationen är kraftigt minskade intäkter för hotell, restaurang och handel. Många evenemang, möten/kongresser har tvingats ställas in eller skjutas fram, vilket sannolikt leder till lägre turistekonomisk omsättning, minskat utbud av kulturella och idrottsrelaterade evenemang i staden. Långsiktigt kan detta innebära färre aktörer i branschen, vilket i sin tur innebär minskat utbud och färre arbetstillfällen. Det kan även förväntas minskad attraktivitet i staden på lång och kort sikt vilket leder till färre besökare. Transporterna har påverkats genom inställda flyg, kryssningar, färjeturer etc. Situationen har även haft en stor påverkan på ideella och kommersiella aktörer såväl som sport och kulturella näringar.
<b><i>Konsekvenser för organisation, medarbetare och chefer</i></b>
Den uppkomna situationen har medfört omprioriteringar i arbetsfördelning och arbetsuppgifter. Mycket handlar om kommunikation och att utveckla förmågan att analysera och samtidigt agera trots många osäkra parametrar. Många medarbetare utför sitt arbete på distans med hjälp av nya verktyg.
<b><i>Ekonomiska konsekvenser</i></b>
Det finns en osäkerhet kring den del av bolagets finansiering som utgår externa partners i besöksnäringen. Det är i nuläget problematiskt att avgöra hur pass stora konsekvenser situationen kommer att få.
<b><i>Vidtagna åtgärder</i></b>

Ökad aktivitet vad gäller bolagskommunikation och internkommunikation och förbättrad samordning mellan bolagskommunikation och destinationskommunikation. Göteborg & Co har som bolag växlat upp arbetet med analys och omvärldsbevakning inom besöksnäringen och levererar information om hur Coronapandemin slår mot näringen.

Bolaget bistår lokala och nationella myndigheter med information utifrån en nära samverkan med besöksnäringens aktörer, vilket har lett till ett ökat bolagsövergripande samarbete där affärsområde Marknad & Kommunikation går in som kommunikationsstrateg. Bolaget ser över och planerar om aktiviteter för att marknadsföra destinationen Göteborg med nya förutsättningar. Det handlar om att anpassa målgrupper, språk, budskap och tonalitet efter de förändringar som sker. På kort sikt har målgruppen för destinationskommunikationen ställts om till en mer lokal målgrupp (Göteborg och närområdet).

Göteborg & Co har en nära samverkan med besöksnäringens aktörer i olika forum för att dela information och erfarenheter. Bolaget för täta avstämningar och möten med styrgrupper och nätverk lokalt och regionalt, t ex GR-regionen, Göteborg City Shopping, GRF mfl.

Bolaget för en tät dialog med internationella och nationella städer och destinationer kring situationens utveckling, de utmaningar som det innebär och de initiativ som tas. Dialog förs på nationell nivå med nätverket SNDMO, med Visit Sweden och storstadssamarbetet Göteborg, Stockholm och Malmö. Internationellt samarbetar vi med ECM European Cities Marketing samt nätverket för European Capital of Smart Tourism.

Vad gäller evenemangsverksamheten sker en intensifierad dialog mellan rättighetsägare och arrangörer. Stöttning i form av att vara en röst mot staden och politiken, att kunna förmedla information från branschen.

Analys sker inom mötessegmentet för att se vilka kongresser och möten som kan ha effekt på lång respektive kort sikt. Även nationella och nordiska möten analyseras för att möjliggöra en snabbare återvändning när läget vänder. Tät dialog förs med samarbetspartners och branschkollegor för att utbyta erfarenheter och ge varandra handfasta tips.

Bolaget fortsätter att hålla ett framåtriktat fokus och driver arbete gällande hållbarhet, digitalisering och andra framtidsfrågor.

## 2.2 Kommunfullmäktiges budgetmål

### 2.2.1 Organisationsmål

<i>Göteborgs Stad är en attraktiv arbetsgivare med goda arbetsvillkor</i>						
<b>Indikator - Medarbetarengagemang (HME) - Totalindex</b>						
	<b>Utfall 2018</b>	<b>Utfall 2019</b>	<b>Mål 2020</b>	<b>Mål 2021</b>	<b>Mål 2022</b>	<b>Mål 2030</b>
Utfall/mål för staden			79	80	81	85
Utfall/mål för bolaget	76	-	80	82	82	86
<b>Indikator - Sjukfrånvaro kommunalt anställda</b>						
	<b>Utfall 2018</b>	<b>Utfall 2019</b>	<b>Mål 2020</b>	<b>Mål 2021</b>	<b>Mål 2022</b>	<b>Mål 2030</b>
Utfall/mål för staden			8,3%	8,2%	8,1%	7%

Utfall/mål för bolaget	4,99%	2,84%	-	-	-	-
------------------------	-------	-------	---	---	---	---

2019 genomfördes ingen medarbetarundersökning varför inget utfall för HME kan redovisas. Bolaget planerar att ta fram en ny medarbetarundersökning under 2020 där HME kommer att ingå. Historiskt har bolaget legat på siffror över 80% och bedömningen är därför att HME kommer att öka vid mätningen 2020.

P.g.a. få anställda har bolaget historiskt sett inte satt mål för sjukfrånvaro utan använt uppföljning av sjukfrånvaro som indikator.

## 2.2.2 Styrelsespecifika mål från KF

### Lokala indikatorer

Mål	Indikator	Utfall 2018	Utfall 2019	Mål 2020	Mål 2021	Mål 2022	Mål 2030
Fler upptäcker och besöker Göteborg	Antal övernattade besökare (miljoner)	2,93	3,05	3,4	3,54	3,71	5,27
Fler upptäcker och besöker Göteborg	Stanntid (antal nätter i genomsnitt)	1,65	1,66	1,66	1,67	1,67	1,71
Antalet gästnätter i Göteborg har ökat	Gästnätter totalt (miljoner)	4,82	5,06	5,6	5,9	6,1	9
Antalet gästnätter i Göteborg har ökat	Gästnätter internationellt (miljoner)	1,43	1,41	1,8	1,9	2,1	3,6

# 3 Övrig uppföljning till kommunledningen

## 3.1 Utveckling inom personalområdet

### 3.1.1 Mått/nyckeltal som beskriver utvecklingen ur ett HR-perspektiv

	Aktuell period (ack sedan årets början)	Aktuell period föregående år (ack sedan årets början)	Prognos 2020	Utfall dec 2019
Total sjukfrånvaro %	1,86%	5,18%	2%	2,84%
Antal tillsvidareanställda bolagsexterna avgångar	1	1	*	12
Antal tillsvidareanställda bolagsexterna rekryteringar	6	3	*	15
Bolagsextern personalomsättning* (%)			Mellan 5 och 10%	12,8%

I ett bolag med relativt få anställda slår enskilda individers sjukfrånvaro väldigt kraftigt i statistiken. De medarbetare som föregående år hade längre sjukskrivningsperioder är nu till större delen åter i tjänst vilket medför en nedgång avseende -59 dagar eller mer. Dock förväntas en viss ökning av korttidsfrånvaron kopplat till att medarbetare håller sig hemma med förkylningssymptom för att minska smittspridning samt att en viss del av våra anställda kommer att insjukna i Covid-19.

Antal rekryteringar och antal avgångar är svårprognostiserat pga. läget i samhället i och med Covid-19.

### 3.1.2 Analys av situationen inom HR-området

Kortsiktigt är Göteborg & Co ett av de bolag som hur ett HR-perspektiv är lindrigt påverkade utifrån rådande läge med Covid-19 som präglat årets första månader. Bolaget har goda möjligheter till hemarbete, medarbetare med hög digital mognad och har på kort tid ställt om verksamheten utifrån nya utmaningar. Medarbetarna har fått vara både flexibla och lyhörda för att möta de behov som uppkommer hos bolagets partners. I det längre perspektivet kan ett arbetssätt med utökad analys och omvärldsbevakning samt flexibla lösningar styra bolaget mot att verka som en kunskaps- och utvecklingshub i större utsträckning. Göteborg & Co får då en tydligare profil i sitt employer branding arbete och bedömningen är att bolaget då blir en mer attraktiv



arbetsgivare.

Bolaget har stor restriktivitet med ny tillsättningar i dagsläget och alla rekryteringsbehov inventeras noga. Inom ramen för ansvaret att leda och fördela arbetet går medarbetare in och utför arbetsuppgifter som ligger utanför det arbete som man i vanliga fall utför.

## 3.2 Ekonomisk uppföljning

### Resultaträkning i sammandrag

jan-mars 2020	Period				Helår			
	Utfall	Budget	Avvikelse	Utfall fg år	Prognos	Fg prognos	Budget	Bokslut fg år
Intäkter	49,6	56,1	-6,5	50,2	206,7	207,7	206,4	181,0
Kostnader	-33,6	-40,9	7,3	-33,3	-206,8	-207,7	-206,4	-180,9
<b>Rörelseresultat</b>	16,0	15,2	0,8	16,9	-0,1	0	0	0,1
Finansiella intäkter	0	0	0	0	0,1	0	0	1,6
Finansiella kostnader	0	0	0	0	0	0	0	-3,8
<b>Resultat efter fin. poster</b>	16,0	15,2	0,8	16,9	0	0	0	-2,2

### 3.2.1 Utfall till och med perioden

Intäkterna ligger något lägre än budget för perioden. Detta förklaras främst av att faktureringen av en del samarbetsavtal försenats pga av Covid 19.

Även kostnaderna är lägre än periodiserad budget. Detta beror delvis på att bolaget pausat vissa budgeterade personalrekryteringar, men även på en generell återhållsamhet avseende kostnader och viss avvaktan avseende andra kostnader under denna osäkra period. .

Sammantaget är periodens resultat strax över budget.

### 3.2.2 Prognos

Bolagets årsprognos följer i dagsläget budget avseende såväl omsättning som resultat.

Beroende på hur hårt effekterna av Covid 19 slår mot samarbetspartners och besöksnäringen framöver, finns risk för att kundförluster uppstår. Bolaget följer detta noga och försöker parera kostnadssidan, samtidigt som det är viktigt att fortsätta ett aktivt arbete som samverkansplattform för besöksnäringen.

Som en följd av ovanstående finns det en risk att prognosen kan komma att behöva justeras ned längre fram under året.

## 3.3 Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag

### 3.3.1 Övriga beslut och/eller uppdrag

#### **Göteborg & Co får i uppdrag att samordna arbetet med evenemangsstrategin efter genomförd översyn.**

Styrelsen för Göteborg Stadshus AB fattade vid sitt sammanträde 2019-09-30 beslut om att uppdra åt Göteborg & Co att ta fram förslag till evenemangsstrategi. Strategin ska utarbetas i nära samverkan med Got Event AB samt andra relevanta förvaltningar och bolag. Vidare beslutades att Göteborg & Co får i uppdrag att förbereda en genomförandeplan utifrån förslaget till evenemangsstrategi, i syfte att möjliggöra ett snabbt genomförande. Göteborg & Co har även i kommunfullmäktiges budget 2020 i uppdrag att samordna arbetet med evenemangsstrategin efter genomförd översyn. Arbetet med framtagandet av en evenemangsstrategi för staden har fortlöpt enligt plan under våren och under januari hade ett antal inledande möten rörande bl.a. arbetsformer, möjliga intressenter och omvärldsbevakning genomförts. Kontakt har tagits med Got Event för att utse en lämplig representant från bolaget i det kommande arbetet. En återrapportering rörande arbetsgångens status samt tidplan framöver kommunicerades till styrelsen för Göteborg & Co 2020-02-06.

#### **Göteborg & Co får i uppdrag att förverkliga och implementera kommunfullmäktiges program för besöksnäringen.**

Inom ramen för affärsområde Analys & omvärld drivs arbetet med att implementera stadens program för besöksnäringens utveckling fram till 2030, i enlighet med kommunfullmäktiges budget. I början av året tillsattes en resurs för att på heltid projektleda framdriften av programmet. Under årets första månader har bl.a. en revidering påbörjats av nuvarande handlingsplan, samtidigt som man har tematiserat möten under året med besöksnäringens forum utifrån de fem strategier som återfinns i programmet. Utöver detta sker även en kartläggning av möjliga metoder som ska facilitera framdriften av programmet. Dialog sker med såväl med Stadshus AB som med intressenter inom besöksnäringen kring att utöka och bredda de indikatorer som mäter programmets måluppfyllelse.

#### **Göteborg & Co får i fortsatt uppdrag att leda arbetet fram till jubileumsåret 2021 och inventera hur insatserna i jubileumsfirandet kan ge effekter även bortom 2021.**

Inför verkställandet av Göteborgs 400-årsjubileum sker en genomlysning av jubileumsarbetet samt en mobilisering av jubileumsorganisation för att skapa ett starkt och positivt firande. Resultaten av jubileumsprocessen ska svara på göteborgarnas önsknings, vilket kan bidra till att ytterligare öka tilliten i staden. Detta stärks av de senaste årens resultat från SOM-undersökningen som visar på ett utfall av ökad tillit i staden.

Utöver detta pågår analys av jubileumsarbetet, för att se hur arbetsätt och metoder kan komma att bidra till värdeskapande och hållbar samhällsutveckling i Göteborg även efter jubileet. Det handlar om att utvärdera jubileumsprocessen samt visa hur kraftsamlingen kan bidra till måluppfyllelse. Fokus nu är leveranser av alla delar i jubileumsarbetet; Jubileumssatsningar, Fokusår, Jubileumsaktörer och själva Jubileumsåret.

Dialog med delaktiga aktörer kommer föras om hur jubileumsprocessens erfarenheter kan tas till vara, både internt inom Göteborgs Stad och med Göteborgsamhällets aktörer. Erfarenhetsdialogen kan utgå från lärdomar och dels handla om visionen för 2021, dvs vilka frågor som göteborgarna tycker är viktiga för framtiden, dels kommer den att handla om hur en fortsatt samverkan kan organiseras när inte jubileumsåret finns som samlande kraft. Enligt tidigare etablerad projektmodell kommer jubileumsprocessens konkreta resultat sammanställas, dokumenteras, rapporteras och kommuniceras. Arbetet under 2022 handlar om att överlämna och implementera metod, struktur, relationer, samverkansmodeller och verktyg till stadens organisation och nyttja erfarenheterna från processen för den fortsatta utvecklingen av Göteborg och göteborgsregionen. Erfarenhetsdialogen 2022 kan mynna ut i ett förslag till hur fortsatt samverkan skulle kunna organiseras, för alla medverkande att ta ställning till.

Jubileumsarbetet som pågått under drygt tio år behöver efter genomförandet, enligt principer för styrning och ledning av projekt, följas upp och rapporteras samt kommuniceras med alla involverade intressenter. Budgeten, vilket beräknas uppgå till 10 mkr för 2022, innefattar; summering, utvärdering, rapportering, återkoppling till göteborgarna, dokumentering, organisation, kommunikation samt implementering av effekter av stadens kraftsamling under jubileumsarbetet.

# 4 Uppföljning till Göteborgs Stadshus AB

## Uppföljning av bolagsstyrelsens utvärdering av eget arbete 2019

Datum för beslut	2020-02-06
------------------	------------

### Uppföljning kassaflöde, lån samt realisationsresultat

Lån mnkr	Volym 31 mars	Prognos 31 dec 2020	Volym 31 dec 2019
Summa	0	0	0
Kassaflöde	Rullande 12 mån	Prognos helår 2020	
Löpande verksamhet	11,9	-20,0	28,1
Investeringsverksamhet	-0,3	-0,5	-0,3
Finansieringsverksamhet	-2,0	-2,0	-23,1
SUMMA	9,6	-22,5	4,7
Specifikation rearesultat avyttring fastighet/bolag	Objekt (fastighet/bolag)	Utfall period	Motpart (externt/kommun/Stadshuskoncernen)
-	-	-	-

# 5 Styrinformation till styrelsen

## Verksamhetens utveckling

Som en direkt konsekvens av smittspridningen av covid-19 och de restriktioner som regeringen tvingats införa för att minska denna, har besöksnäringen både lokalt, nationellt och internationellt, drabbats mycket hårt. I ett försök att stävja utvecklingen presenterade regeringen 1 april ett nytt stödpaket med tillfälliga hyresreduceringar till utsatta branscher som hotell, restaurang, café och sällanköpsvaruhandel.

Det kan konstateras att besöksnäringen under den senaste tiden har sett utmaningar utan motstycke i modern historia. I dagsläget är det svårt, om inte omöjligt, att bedöma när händelseutvecklingen avtar, men med största sannolikhet kommer krisen starkt påverka Göteborg & Co:s möjlighet att uppfylla sina uppdrag om att få antalet gästnätter i destinationen att öka samt att få fler att upptäcka och välja Göteborg, detta både på kort och lång sikt. Det kan även konstateras att krisen slår hårt mot näringsidkare i besöksnäringen vilket i sin tur innebär påverkan på sysselsättning och omsättning, vilka är centrala mått för bolagets verksamhet.

I samband med vad som skett i omvärlden har även Göteborg & Co ställt om sitt arbete i syfte att stötta och bidra till nytta för samarbetspartners och näringen i stort. Bolaget har ett antal omvälvande veckor bakom sig där förändringen har omfattat allt ifrån dagliga arbetsuppgifter och rutiner, övergripande inriktning på hur bolaget utför sitt uppdrag. Arbetssätt har gått från mycket analoga möten till nästan helt digitala samt hur man hanterar en näring och ett samhälle i globalt krisläge.

Tillsammans med Turistrådet Västsverige arbetar Göteborg & Co för att hjälpa mindre företag i regionen. En del i detta är en utbildning som lanserades under vecka 13 och som snabbt blev fulltecknad. Fler konkreta åtgärder är för närvarande i startgroparna som syftar till att stötta i en situation där bristen på likviditet är akut. En åtgärd som tagits väl emot är de flexibla ombokningsregler som Göteborg & Co tagit initiativ till avseende vårens och försommarens evenemang och möten. Syftet är att i mesta möjliga mån behålla affärerna i Göteborg.

En tidig åtgärd var att tillsätta en bolagsintern metod och arbetsgrupp för omvärldsbevakning av hur besöksnäringen hanterar krisen, med fokus på hur man agerar för att överleva och ta sig ur det akuta krisläget samt hur förberedelser för återhämtning. Bevakningen omfattar bl.a. vad andra destinationer gör, att följa utvecklingen så att bolaget är förberedda när det vänder uppåt, ta en position som bolag genom att förmedla kunskap som näringen behöver och har nytta av. Detta är en överblick som bolaget är övertygade om att näringen behöver och har nytta av i ett läge där de själva behöver lägga all kraft på att klara sig genom en mycket svår tid.

Ytterligare initiativ har tagits på ledningsnivå i bolaget som syftar till att stötta näringen, bl.a. genom att tillhandahålla personella resurser och ge uppskov på medlemsavgifter för samarbetspartners.

När det gäller utmärkelsen European Capital of Smart Tourism innebär rådande situation att det omfattande schema med insatser som lagt för 2020 är föremål för revidering, då den plan som presenterades för sekretariatet i början av året är till

stora delar helt irrelevant i dagsläget. Projektet har ett mycket bra fortsatt samarbete med det internationella sekretariatet för European Capital of Smart Tourism. Just nu handlar Smart Tourism om att vara en smart destination i kristid utan att tappa fokus på det långsiktiga. Internationella fysiska möten är inte möjliga och en omställning sker till digitalt fokus. Bolaget har beslutat att dra tillbaka rekrytering av en deltids kommunikatorstjänst för projektet. Bolaget planerar även att ställa frågan till EU-kommissionen om att eventuellt förlänga huvudstadsåret till att gälla även år 2021.

I övrigt fortgår arbetet med att arbeta fram nya ägardirektiv till dotterbolagen, vilket genomförs i dialog med respektive bolags ledning och styrelse. Inspel och tankar kring nya ägardirektiv togs upp som fördjupad frågeställning i samband med årets ägardialoger, vilka har genomförts med samtliga dotterbolag, med goda resultat. I övrigt ägnades mycket av dess möten till att diskutera pågående situation med koppling till covid-19.

Nedan beskrivs bolagets verksamhet under årets första tre månader utifrån respektive affärsområde.

### **Affärsområde Möten**

Affärsområde Möten har haft en mycket intensiv start på året med åtta site visits och besök för möten inom områdena juridik, hållbarhet, högre utbildning, medicin samt ett stort företagsmöte. I mitten av februari nåddes avdelningen dessutom av den glädjande nyheten att Göteborg & Co Möten har vunnit IAPCO Recognition Award (International Association Professional Congress Organisers). Det är en av världens främsta arrangörsföretag, KENES, som nominerat Göteborg till priset som bolaget vann i samband med omröstningen som nyligen skedde under IAPCO:s styrelsemöte i Vancouver. IAPCO är världsorganisationen för professionella kongressarrangörsföretag.

Processen med att värva nya möten höll ett högt tempo under årets första två månader och bud samt letter of intent har skickats in för kongresser i storlekssegmentet upp till ca 8 000 delegater. Detta ligger i linje med strategin att öka värvingen av möten med fler än 2 000 delegater.

Den 4-6 mars tog Göteborg & Co emot skandinaviska branschkollegor på ICCA Scandinavian Chapter. ICCA står för "The International Congress and Convention Association" och är en världsomspännande förening med 1 100 medlemsorganisationer från hundra länder inom mötesnäringen; convention bureaux, kongressarrangörer, hotell, konferensanläggningar, transportörer och mötesorganisationer. Syftet är att utveckla mötesnäringen och skapa förutsättningar för hållbar tillväxt, kunskapspridning, talangattraktion och kompetenshöjning

I slutet av mars fick bolaget besked om att en större kongress har värvats till Göteborg och Svenska Mässan. Det gäller en europeisk medicinsk kongress som sker årligen, där den svenska föreningen inom det aktuella ämnesområdet står bakom ansökan. Göteborg har flera internationellt välkända forskare i ämnet på Sahlgrenska Akademin, Göteborgs Universitets medicinska fakultet. Kongressen omfattar 6000 delegater som konfererar under fyra dygn i mitten av juni 2025 eller 2026.

Med bakgrund av covid-19-krisen ligger nu fokus på research och bearbetning. Samtliga mötesprocesser analyseras för att se vilka som kan ha effekt på kort respektive lång sikt. Även potentiella nationella och nordiska möten analyseras för att möjliggöra en snabbare återgång när läget vänder. Situationen påverkar

mötesindustrin starkt och i dagsläget (14 april) finns kännedom om 17 inställda möten (16 315 delegatdygn) och 8 möten som flyttats framåt i tiden.

Affärsområdet arbetar hårt med devisen ”Ställ inte in, ställ om”. Istället för att ställa in möten med potentiella och befintliga mötesambassadörer, så föreslås alltid ett digitalt möte. Många av mötesambassadörerna har en stor vana av digitala möten och därför fortgår processerna i arbetet med många kongresser. Vidare förs tät dialog med samverkanspartners och branschkollegor nationellt och internationellt för att utbyta erfarenheter och ge varandra handfasta tips.

Konkurrensen kommer vara hårdare än någonsin när länder och företag behöver återhämta sig. Det skyndar på processen med att driva innovation och förnyelse. Det finns ett stort värde i fysiska möten och nu handlar det om hur Göteborg & Co kan förnya och utveckla dem. Det gäller att hantera situationen här och nu och samtidigt långsiktigt arbeta för att stärka Göteborg som mötesdestination.

### **Affärsområde Evenemang**

Arbetet med framtagandet av en evenemangsstrategi för staden har fortlöpt enligt plan under våren och under januari hade ett antal inledande möten rörande bl.a. arbetsformer, möjliga intressenter och omvärldsbevakning genomförts. Kontakt har tagits med Got Event för att utse en lämplig representant från bolaget i det kommande arbetet. En återrapportering rörande arbetsgångens status samt tidplan framöver kommunicerades till styrelsen för Göteborg & Co 2020-02-06.

Inom affärsområdet evenemang värvades i början av året ett antal evenemang till Göteborgsområdet, bl.a. musikfestivalen Metaltown, vilken återvänder till Bananpiren till sommaren. P3 Guld och Göteborgs Filmfestival är två andra evenemang som affärsområdet arbetat med under årets första månader. P3 guld är en särskilt god marknadsföringsplattform för Göteborg som ännu en gång satte publikrekord med 3 691 gäster. Göteborgs Filmfestivals satsning ”50/50 Vision” har fått ett stort positivt utfall i både nationell och internationell branschmedia. Även årets Unlimited anses vara mycket lyckad, där den första dagen 27 miljoner reach och över 40 artiklar.

Vidare har bolaget inlett förhandlingar med Sveriges Radio för att värva Musikhjälpen 2021 och Tall Ships-organisationen om ett ”Tall Ships Event” under jubileumsåret. Avdelningen har även utökat samarbetet med Bok & Bibliotek för att hjälpa organisationen att bredda den nya inriktningen digital kultur. Detta för att kunna öppna för en ny, yngre målgrupp.

Den 30 januari stod det klart att Göteborgs Kulturkalas, tillsammans med Björkåfrihet, vann priset ”Årets återanvändare” genom att återanvända second hand-kläder för personal och volontärer under kulturkalaset 2019. Priset delades ut på Återvinningsgalan i Stockholm.

I sviterna av covid-19-krisen ser många arrangörer och rättighetsägare över möjligheten att avvakta med eller flytta fram evenemang. Det kan konstateras att en del evenemang redan har tvingats ställa in och läget i branschen är osäkert.

Hanteringen av de två årligen återkommande evenemang som Göteborg & Co agerar huvudman för, Vetenskapsfestivalen samt Göteborgs Kulturkalas har sedan covid-19-krisen, har diskuterats flitigt under den senaste månaden. I dagsläget är beslut fattat om att flytta Vetenskapsfestivalen till vecka 40. Kulturkalaset planeras för närvarande att genomföras enligt plan.

## **Affärsområde Marknad & kommunikation**

Under januari och februari hann 21 internationella journalister och influencers besöka Göteborg. Den 5 februari anordnade Göteborg & Co ihop med Turistrådet Västsverige en kunskapsdag om den tyska marknaden. Drygt 100 personer deltog under dagen där bland annat Visit Sweden Tyskland och turoperatören Wikinger Reisen berättade om den tyska besökaren, trender och resvanor. GBG Talks har varit en lyckad satsning och den 12–15 februari fick göteborgarna återigen möjlighet att prata med en främling. Cirka 120 personer deltog under denna period.

Sedan i början av mars och utbrottet av covid-19 är behovet av kommunikation särskilt stort, både internt och externt. Affärsområdet Marknad & kommunikation har ställt om till ett anpassat arbetssätt i samband med situationen där mycket handlar om att utveckla förmågan att analysera och samtidigt agera trots många osäkra parametrar. Många av avdelningens medarbetare utför sitt arbete på distans med hjälp av nya verktyg. Affärsområdet värnar taktkänsla och tonalitet med delvis ändrade målgrupper för destinationskommunikation, medan en ökad aktivitet för bolagskommunikation utgår från rollen som samverkansplattform, med ständig kontinuitet i den interna kommunikationen. Avdelningen ser över och planerar om aktiviteter för att marknadsföra destinationen Göteborg med nya förutsättningar. Det handlar om att anpassa målgrupper, språk, budskap och tonalitet efter de förändringar som sker. Fokus ligger på att hantera den uppkomna situationen och samtidigt långsiktigt arbeta för att stärka Göteborg som destination. På kort sikt har målgruppen för destinationskommunikationen ställts om till en mer lokal målgrupp (Göteborg och närområdet).

Göteborg & Co har lanserat kampanjen ”För ditt Göteborg” för att stödja besöksnäringen i hela Göteborgsregionen. Under initiativet Studio Göteborg & Co belyses olika branschfrågor med koppling till den pågående krisen. På [goteborgco.se](http://goteborgco.se) tillgängliggörs information om råd, stöd, omvärldsspaningar och goda exempel.

PR-arbetet har delvis avstannat och devis fått en förändrad inriktning. På ett mer personligt sätt försöker affärsområdet att upprätthålla relationerna i syfte att stämna av deras behov och behålla intresset för Göteborg som destination. Kampanjarbetet har i stort sett avstannat vad gäller fjärrmarknader, där Kina går på sparlåga, medan omställning pågår vad gäller övriga marknader.

På destinationens hemsida [goteborg.com](http://goteborg.com) syns ett tydligt trendbrott med en nedgång på 33% jämfört med februari 2020 respektive 37% nedgång jämfört med mars 2019.

Vidare förs en tät dialog med internationella och nationella städer och destinationer kring situationens utveckling, de utmaningar som det innebär och de initiativ som tas. Dialog förs på nationell nivå med nätverket Swedish Network of Destination Management Organisations (SNDMO), med Visit Sweden och storstadssamarbetet Göteborg, Stockholm och Malmö. Internationellt sker samarbete med ECM European Cities Marketing samt nätverket för European Capital of Smart Tourism.

## **Affärsområde Partnerskap inkl. Näringslivsgruppen**

Den 21 februari genomfördes för sjätte gången jobbmässan Skarpt Läge och detta året för första gången på Chalmers Conference Centre. Årets jobbmässa som invigdes av kommunstyrelsens ordförande Axel Josefson slog rekord med 1 658 besökare och 40 utställare som alla hade något i form av jobb eller praktik att erbjuda. Alla stadsdelar var representerade och mässan anses var mycket lyckad.



I början av mars genomfördes Ung Företagsamhets mäs­sa ”Entreprenörskap på riktigt”. Över 1 300 unga entreprenörer i 340 företag sålde in sina smarta, innovativa och spännande produkter och tjänster. Näringslivsgruppen som är engagerad i Ung Företagsamhet sedan många år ingår även i juryn som utses årets UF-företag samt årets säljare.

### **Affärsområde Stab**

Med bakgrund av den situation som följt av utbrottet av covid-19, har ett stort behov av insamling, analys och kommunikering av data uppstått. Affärsområdet Stab har initierat ett antal nya arbetssätt och metoder för att bistå samarbetspartners, organisationer och myndigheter på lokal såväl som på nationell nivå med insyn om vad som sker i besöksnäringen. Ett initiativ som initialt fått god uppskattning handlar om omvärldsbevakning. Projektet har inneburit att skapa en metod och en arbetsgrupp för omvärldsbevakning på global, nationell och lokal nivå av hur besöksnäringen hanterar covid-19-krisen. Särskilt fokus läggs på hur branschen agerar för att överleva och ta sig ur det akuta krisläget samt hur man förbereder för återhämtning. Syftet är att genom denna omvärldsbevakning kunna agera proaktivt för att destinations återhämtning ska bli så snabb och hållbar som möjligt samt att identifiera åtgärder och aktiviteter som kan vara en beständig del av destinationens utveckling. Avdelningen bevakar även utvecklingen kring permitteringar och varsel.

Ytterligare ett projekt som förväntas skapa stor nytta för både bolaget och besöksnäringen inom destinationen är skapandet av en digital kunskaps­hubb. Ambitionen är att åstadkomma en plattform som initialt fokuserar på fyra centrala områden, där öppen data står i centrum. Områdena omfattas av insamling av data från besöksnäringens viktigaste data­källor inom transport, boende och aktiviteter, datan binds samman, berikas och skapar insikter varpå den analyseras, följs upp och förbättrar metoden för insamling och berikningsprocessen. Slutligen paketeras och distribueras öppen data fritt inom näringen. Göteborg & Co ser framför sig att alla de partners som tillhandahåller data även får tillgång till berikad information i retur. Med berikad information avses närliggande information kopplat till besökarens aktiviteter under tiden för besöket, vilket utgörs av insamlad data om transporter, boende och aktiviteter kopplat till den egna indata. Detta möjliggör för en partner att följa besökaren före, under och efter att man lämnat destinationen. Information som sedan kan brytas ned i egna kluster eller användas för att berika den egna datamodellen.

Inom ramen för affärsområdet drivs även arbetet med att implementera stadens program för besöksnäringens utveckling fram till 2030, i enlighet med kommunfullmäktiges budget. I början av året tillsattes en resurs för att på heltid projektleda framdriften av programmet. Under årets första månader har bl.a. en revidering påbörjats av nuvarande handlingsplan, samtidigt som man har tematiserat möten under året med besöksnäringens forum utifrån de fem strategier som återfinns i programmet. Utöver detta sker även en kartläggning av möjliga metoder som ska facilitera framdriften av programmet. Dialog sker med såväl med Stadshus AB som med intressenter inom besöksnäringen kring att utöka och bredda de indikatorer som mäter programmets måluppfyllelse.

### **Göteborgs 400-årsjubileum 2021**

År 2021 fyller Göteborg 400 år. Hela jubileumsprocessen följer fortsatt den fastslagna planen. Som svar på det årliga uppdraget från kommunstyrelsen ”att vidareutveckla planeringen av Göteborgs 400-årsjubileum” har ”Utvecklad jubileumsplan 2020-2022 med budgetunderlag” levererats till stadens

budgetberedningen. En nulägesrapport har levererats till kommunstyrelsens arbetsutskott. Denna gällde framdriften och förverkligandet av Jubileumssatsningarna, sprungna ur göteborgarnas idéer, som fortsatt är utgångspunkt för jubileets styrgrupp 2021-samrådet och stadens utsedda projektägare för att säkerställa att jubileets mål nås och att förväntningar infrias.

I rådande situation är jubileets förhållningsätt att "ställa om, inte ställa in" och stort fokus läggs på utveckling av nya digitala sätt att mötas och fortsätta jubileumsarbetet med samtliga involverade aktörer inom näringsliv, stad, region, akademi, stiftelser, organisationer, föreningar och dialogen med engagerade göteborgare.

Arbetet med Jubileumsårets genomförande drivs enligt plan och konkretiserat förslag till utformning med en uppbyggnads- och genomförandebudget på 100 mkr för att verkställa planerna, vilken kommunfullmäktige ställt sig bakom 2018-12-20.

Jubileumsåret 2021 blir återkopplingen till göteborgaren och ett tillfälle att fira stadens historia och framtid och manifestera det mångåriga arbete som pågått över hela staden. Det blir ett år av upplevelser för både göteborgare och besökare med bland annat Invigning av Göteborgs 400-årsjubileum med start nyårsafton 2020, Jubileumshelgen 4-6 juni som sker i de historiska kvarteren, vid och på älven och i hela staden samt en hyllning till Göteborg i slutet av året som blickar in i framtiden.

Jubileumsorganisationen upplever och flera intressenter framför också att det är viktigare än någonsin att se fram emot jubileet för att ta oss igenom krisen, inge hopp och framtidstro och kunna fira tillsammans.